



Amman Office
مكتب عمان



Jordan Media Institute • معهد الإعلام الأردني



Funded by the European Union
بتمويل من الاتحاد الأوروبي

تقييم الاحتياجات التدريبية لقطاع الإعلام الأردني

2016

أهداف الدراسة

1. توفير معلومات أولية شاملة حول مستوى انخراط الصحافيين الأردنيين في التدريب في آخر عامين.
2. التعرف على الحاجات التدريبية للصحفيين في مختلف مستوياتهم المهنية .
3. التعرف على الحاجات التدريبية للصحفيين حسب نوع وسائل الإعلام التي يعملون فيها .
4. التعرف على أهم معوقات التدريب الإعلامي.
5. التعرف على الحاجات التدريبية للصحفيين حسب الأقاليم التي يعملون فيها .
6. التعرف على مستوى الرضا عن التدريب الإعلامي الراهن.
7. تقديم توصيات حول الأولويات التدريبية في كل مجال ولكل وسيلة إعلامية .

المنهجية

أدوات جمع المعلومات أساسية

✓ مراجعة الأدبيات السابقة

✓ المجموعات النقاشية
المركزة والمقابلات

✓ الدراسة المسحية

استبانة موجهة للصحافيين

استبانة موجهة للمدراء ورؤساء
التحرير، ورؤساء الأقسام في
المؤسسات الإعلامية

عينة الدراسة على طريقة العينة العشوائية المنتظمة
وشملت 250 صحفيا وصحفية.

عينة
الدراسة
العامة

القيادات الإعلامية : شملت مدراء المؤسسات
الإعلامية ورؤساء التحرير ومدراء الأقسام وتكونت
من 40 شخصا، وتم اختيارهم بطريقة العينة القصدية.

عينة
الدراسة
الخاصة

معايير اختيار العينة العامة

- مراعاة التوزيع على أربع أقاليم حسب التمثيل السكاني (العاصمة ، إقليم الشمال ، إقليم الوسط ، إقليم الجنوب)
- مراعاة التوزيع على وسائل الإعلام (الصحافة ووكالة الأنباء، الإذاعة، التلفزيون، الإعلام الرقمي) .
- مراعاة التوزيع حسب الجندر حسب حجم التمثيل الذي تعكسه سجلات نقابة الصحفيين الأردنيين، ووفق متوسط عدد الاناث في ثلاث اذاعات محلية .

التنفيذ

✓ تم تصميم الاستبيان وفق المعايير الأكاديمية والمهنية المعروفة، ومن قبل خبراء معهد الإعلام الأردني .
✓ تم تطبيق الاستبيان، وجمع المعلومات بثلاث طرق :
المقابلات المباشرة و الهاتفية و الموقع الإلكتروني on .line

✓ تمت مراجعة الاستبيانات وتدقيقها حسب الأصول الأكاديمية.

✓ تم إدخال المعلومات إلى حاسوب باستخدام برنامج التحليل الإحصائي spss، وأجريت عملية المعالجة الإحصائية وفق الإجراءات العلمية .

أولاً: خصائص العينة

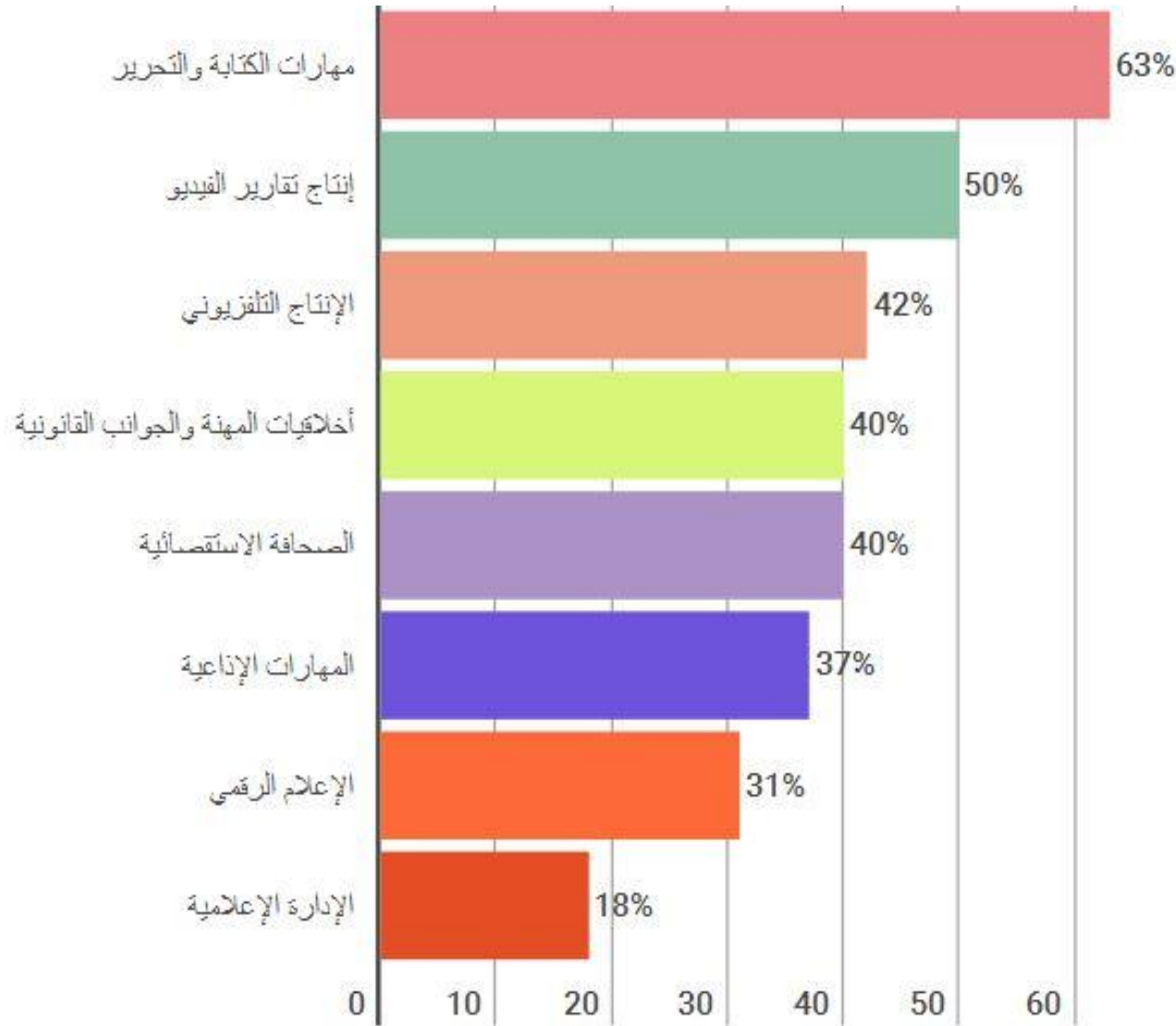
1. أظهرت نتائج الخصائص الديمغرافية والعامية لعينة الصحفيين المبحوثة أن 63% ذكور و36% اناث الامر الذي يعكس واقع التوزيع الجندي للمجتمع الإعلامي الأردني إلى حد ما.

2. أظهرت النتائج وفق هذه العينة أن 69% يحملون الدرجة الجامعية الأولى البكالوريوس وهناك نحو 20% يحملون درجة الماجستير ونحو 17% هم اقل من التعليم الجامعي، وأقل من نصف الصحفيين الأردنيين وفق هذه العينة هم ممن يملكون خبرة تتجاوز 10 سنوات، والنصف الآخر هم من الشباب حديثي الخبرة، اي الذين لا تزيد خبراتهم عن 7 سنوات .

3. أظهرت نتائج خصائص عينة القيادات الإعلامية أن 68% هم ذكور مقابل 32% اناث، وأن أغلبية هذه القيادات تتمتع بخبرات عملية طويلة.

4. أظهرت النتائج وفق هذه العينة أن 40% من الصحفيين والإعلاميين الأردنيين فقط هم أعضاء في نقابة الصحفيين الأردنيين ، و 59% هم خارج إطار النقابة، ونصفهم حصلوا على عملهم عن طريق التنافس وبينما النصف الآخر حصلوا على عملهم بطرق أخرى، والنتيجة الخطيرة الأخرى تشير إلى أن 44% من المجتمع الإعلامي الأردني يعملون أكثر من عمل إعلامي واحد أي متعددي العمل، ولدى أكثر من مؤسسة من أجل التمكن من الوفاء بالحاجات الاقتصادية.

ثانياً: انخراط الصحفيين في التدريب في آخر عامين



1. حضور الذكور في التدريب بشكل عام يقارب من حضور الإناث في الكثير من المؤشرات.

2. أظهرت النتائج أن المجالات التي تلقى بها الصحفيون الأردنيون تدريباً هي:

ثالثاً: أهم معوقات تطوير جودة التدريب الإعلامي

<p>لا يراعي نقل القيم والمبادئ الديمقراطية ودور الإعلام في المشاركة الديمقراطية</p> <p>58.3%</p>	<p>ينعكس التدريب الإعلامي على أداء الإعلاميين المهني</p> <p>33.6%</p>	<p>لا يوفر التدريب الإعلامي في الأردن بشكل عام حداً معقولاً من نقل مهارات صحافة الاستقصاء والدور الرقابي للإعلام</p> <p>30.8%</p>
<p>لا يتوفر التدريب الإعلامي في الأردن بعدالة للصحافيين في كافة القطاعات</p> <p>37.9%</p>	<p>التدريب الإعلامي السائد لا يراعي التطور المهني للمجتمع الإعلامي الأردني</p> <p>28.4%</p>	<p>التدريب الإعلامي في الأردن لا يستجيب لحاجات الصحافيين</p> <p>22.3%</p>
<p>التدريب الإعلامي في الأردن لا يواكب التكنولوجيا والتحديث</p> <p>35.1%</p>	<p>لا يوجد أي التزام واضح من قبل (رئاسة التحرير/الإدارة) باستخدامة التدريب وتطويره</p> <p>27.5%</p>	<p>الصحافيين ومتطلباتهم</p> <p>22.3%</p>

أبرز النتائج

8. أظهرت النتائج أن تكرار موضوعات التدريب وتشابهها وانقطاع وضعف استدامة التدريب وتواضع حجم المخصصات والإنفاق على التدريب في المؤسسات الإعلامية، وافتقار التدريب للدمج بين الجانبين النظري والتطبيقي ، والكثير من الدورات تعقد في أوقات غير مناسبة، تحد بشكل كبير من تحسين جودة التدريب الإعلامي.

رابعاً: الحاجات التدريبية

أ) الحاجات التدريبية العامة – الصحفيون



رابعاً: الحاجات التدريبية

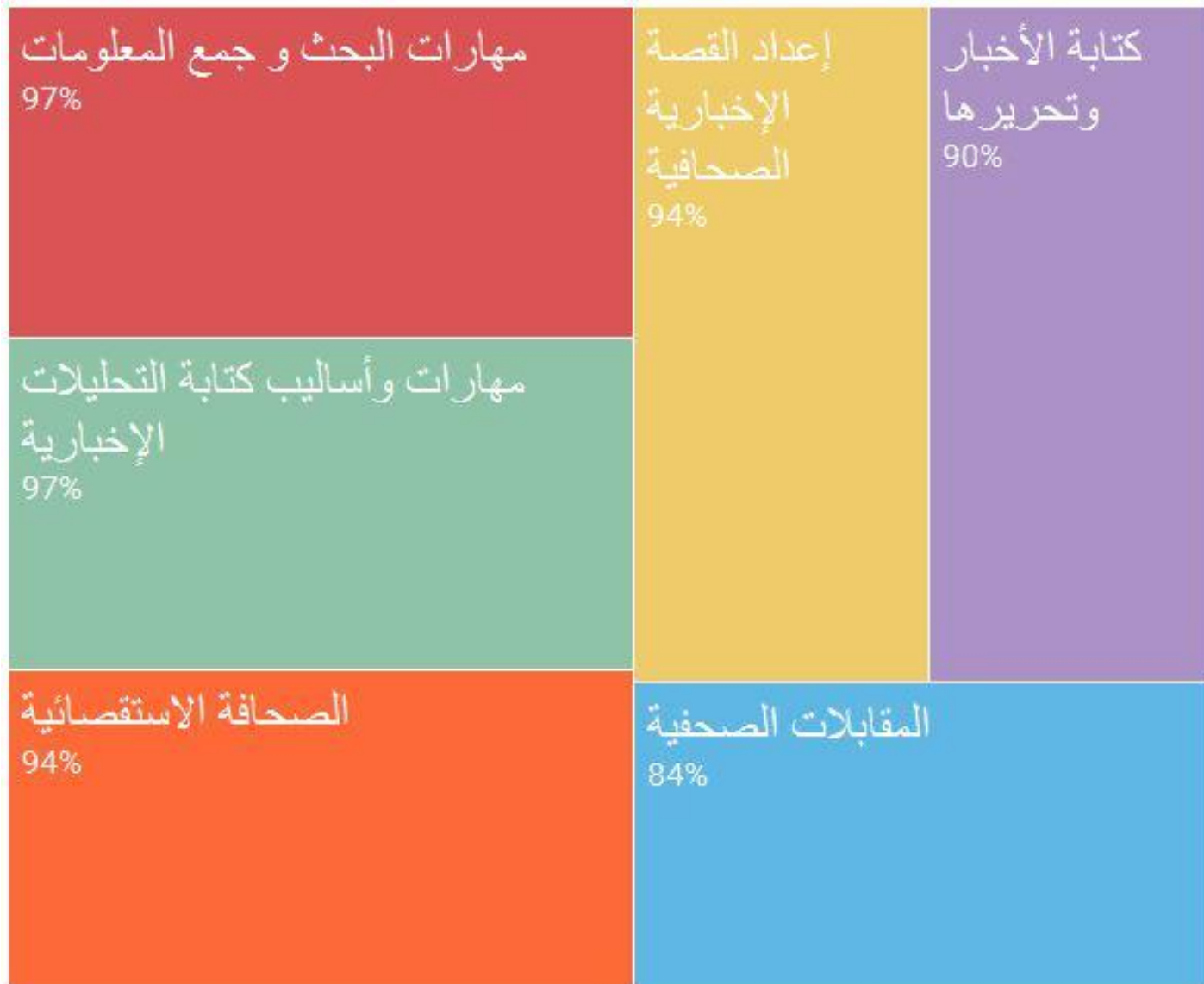
ب) الحاجات التدريبية العامة – ماذا تحتاج القيادات الإعلامية

معايير الجودة في إدارة المؤسسات الإعلامية 100%	تخطيط وإدارة المؤسسات الإعلامية 97%	التشريعات الإعلامية 97%	تغطية الشؤون الإنسانية 97%
استطلاعات الرأي العام 100 %			
بناء النماذج الإقتصادية الناجحة في وسائل الإعلام 100%	إدارة غرف الأخبار المدمجة 97%	صحافة البيانات 84%	
تغطية الشؤون الدولية 97%	المواثيق الدولية في الإعلام 87%		

أ) الحاجات التدريبية في مجال الصحافة – الصحفيون



ب (الحاجات التدريبية في مجال الصحافة – وجهة نظر القيادات الصحفية



أ) الحاجات التدريبية في مجال (الإذاعة والتلفزيون) – الصحفيون

تمويل واستدامة الإذاعات المحلية
98%

رواية القصة الإخبارية
للتلفزيون
84%

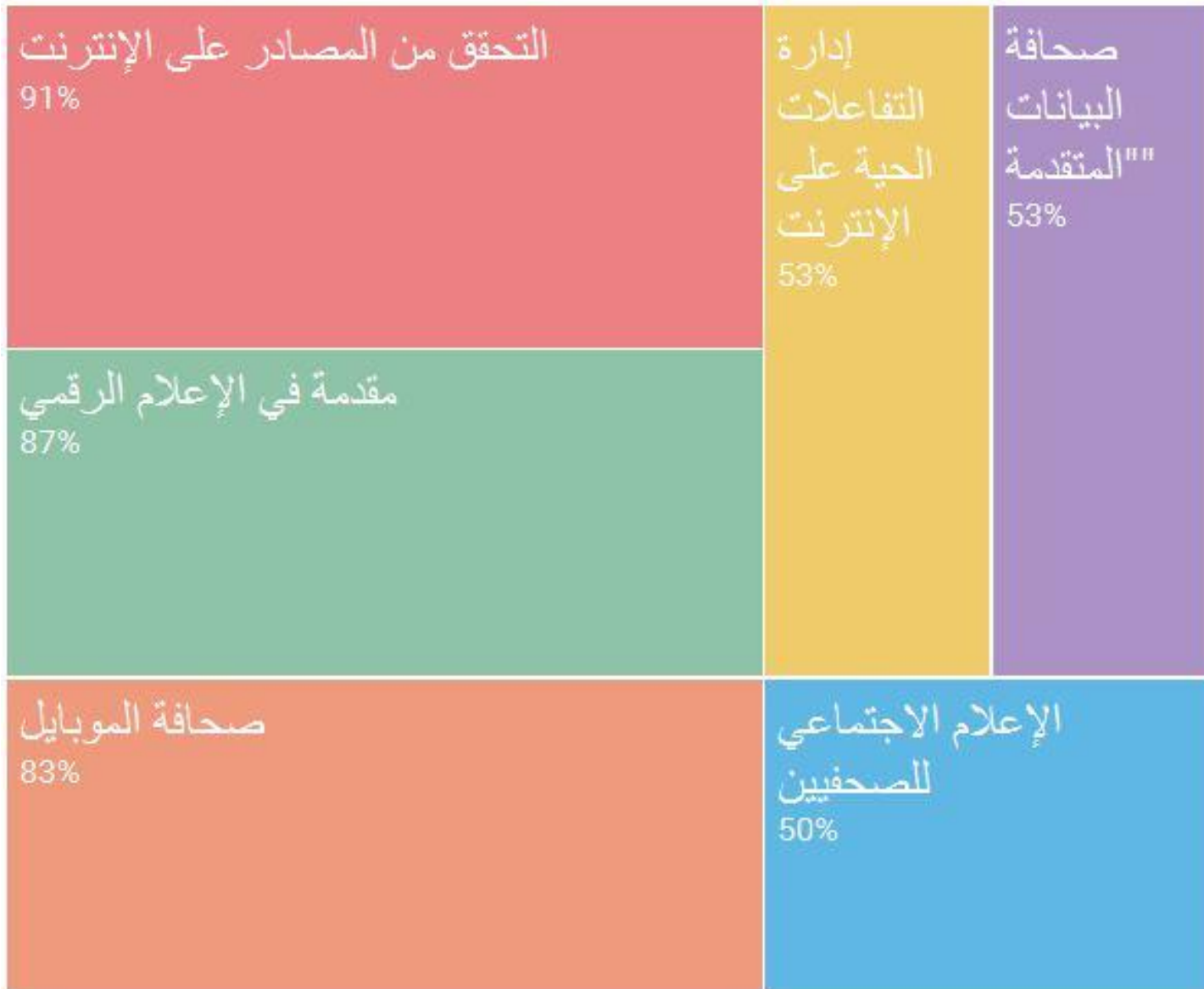
برمجيات إدارة الأخبار
87%

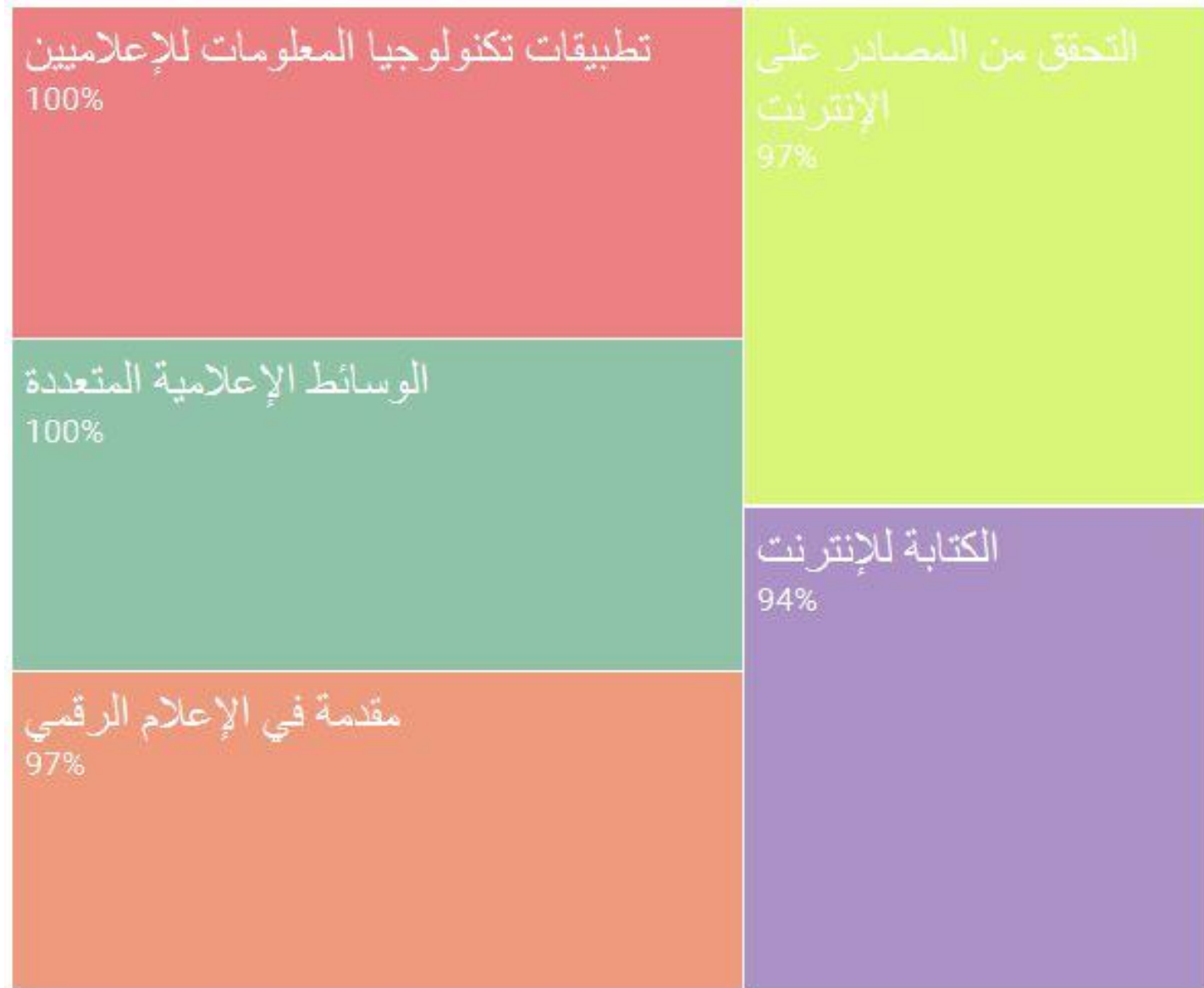
قواعد إدارة غرف الأخبار
84%

مهارات الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني
85%

ب) الحاجات التدريبية في مجال الإذاعة والتلفزيون - وجهة نظر القيادات الإعلامية







إجراء برنامج تدريبي لمدة عام على النحو الآتي:
أولاً: القيادات الإعلامية :

تنفيذ ثلاث حلقات نقاشية وتدريبية تدريبية مدة كل
منه يوم واحد او يومين موجهة إلى قيادات الصف
الاول والثاني في المؤسسات الإعلامية الكبيرة
والمتوسطة، في الموضوعات التالية :

1. معايير الجودة في إدارة المؤسسات الإعلامية.
2. بناء النماذج الاقتصادية الناجحة في وسائل الإعلام.
3. تخطيط وإدارة المؤسسات الإعلامية المعاصرة.

التوصيات

إجراء برنامج تدريبي لمدة عام على النحو الآتي:
ثانياً: البرامج الموجهة للصحافيين والإعلاميين:

1. صحافة البيانات .
2. الإعلام المتخصص .
3. مهارات البحث وجمع المعلومات والتحقق
في البيئة الإعلامية الرقمية
4. الصحفي التلفزيوني الشامل.
5. العمل في غرف الاخبار المدمجة

التوصيات

يتبع

التوصيات

8. رواية القصة الاخبارية التلفزيونية

9. صحافة الفيديو

10. الإعلام الاجتماعي للصحافيين.

11. الصحافة الاستقصائية

12. تطبيقات تكنولوجيا المعلومات للإعلاميين.

13. صحافة الموبايل .

14. إدارة التفاعلات الحية على الإنترنت.